

事業計画名【平成26年度】

高付加価値商品「豊祝プレミアムシリーズ」 開発の為に製造・製品環境の改善

Market ～市場環境～

～ 日本清酒発祥の地、奈良 ～

近年、奈良県酒造組合の主導の元、日本清酒発祥の象徴として知られる菩提山正暦寺において分離された「奈良うるはし酵母」、酒造の神『大物主大神』を祭る三輪明神大神神社のササユリから分離された酵母「山乃かみ」、酒造好適米「露葉風」の奨励など、県内複数の蔵元が参加し純奈良産の地酒を展開。日本清酒発祥乃地・大和のうま酒をPRしている。

Products

～取扱商品～

“手作りの優しさ”と“機械技術の正確さ”を融合させる酒造り 奈良豊澤酒造株式会社

県内の清酒生産量最多、特定名称酒比率85%を誇る蔵元であり、代表銘柄「豊祝（ほうしゅく）」をはじめ、「貴仙寿（きせんじゅ）」「無上盃（むしょうはい）」、本事業により開発されたプレミアムシリーズ「儀助（ぎすけ）」など、高品質の純米酒を多種取り扱っている。「高品質のお酒を、多くのかたに」の思想は創業当時のままに、“究極の食中酒”造りを目指す。



BackGround

～事業化にいたる経緯・背景～

【機械技術革新による特徴の均一化】

昨今、機械技術革新により徹底した温度管理・工程の正確化で、地域・気候・風土による「酒の特徴」は殆ど違いが無くなりつつあり、蔵元独自の付加価値を特徴とする流れになってきている。

【立ち飲み処で聞く生の声】

直営展開の立ち飲み処「蔵元豊祝」において、今まで冬しか出す事ができなかった「無濾過原酒」「無濾過生原酒」など付加価値の高い純米酒のニーズが特に大きい事が分かった。

【日本酒専門店が振り向く特徴を】

直販・卸・小売などの販路の中で「日本酒専門店」では取り扱われる事が無かった。これは「あえて特徴に拘っている専門店で取り扱う必要は無い」、裏を返せば「特徴が無い」と言われているに等しく、既存イメージとの差別化・消費者ニーズにも応えるべく、高付加価値・小ロットのプレミアムシリーズの試作開発へと至った。



奈良豊澤酒造 株式会社

■設立 昭和30年9月15日

■所属団体 奈良県酒造組合

■資本金 2,500万円

■事業内容 清酒製造業

■従業員数 25名

■所在地 奈良県奈良市今市町405(本社機能および酒造場)

■TEL 0742-61-7636

■URL <http://www.nara-toyosawa.jp>■E-MAIL info@nara-toyosawa.jp

■代表者 代表取締役社長 豊澤 孝彦

長年弊社の杜氏を務めていた但馬杜氏が引退したことで、平成24年度より社員によるお酒造りに切り替えました。小ロットによる丁寧なお酒造りでより付加価値の高い希少性のあるお酒を造ることで、「豊祝」全体の酒質のレベルアップを目指していきます。

Contents

～事業の概要・成果～

- MJP洗米機、SFフィルター、ピストンポンプ、サーマルタンク、低温冷蔵設備の導入
- 小ロット（小仕込み）を大吟醸と同等規格で、といった「やりたくても出来なかった事」「理想的な環境・状況」「理想的な酒質イメージ」の実現が可能となった

本事業において特筆すべきは「洗米」である。洗米（吸水）の出来がそれ以降の工程全てに影響を及ぼす為、最優先・最重要で見直しを行った。

従来、杜氏・蔵人の手作業による洗米は、個人の経験、技量、果てはその日の体調や気分による誤差が排除しきれなかった。

洗米機導入により、手作業故の誤差に影響されず、手洗いの質を維持したまま洗米する事ができ、理想的な吸水率を実現、以降の工程での品質向上にもつながった。

合わせて、タンク毎の独立温度管理による酒質の均一・安定化（サーマルタンク）、衛生状態・貯蔵状態の確保による品質劣化防止（低温冷蔵設備・SFフィルター・ピストンポンプ）など、理想的な酒質イメージを実現できる環境が整った。

MJP洗米機

- 「手洗いの優しさ」を維持
- 限定吸水を均一かつ短時間で確実に可能
- 高精白（精米歩合50%以下）の割れやすい酒米でも割れない

SFフィルター ピストンポンプ

- 火落ち菌の除去、輸送時の衛生環境確保
- 商品劣化リスクを最小限に抑制

サーマルタンク

- タンク毎に独立管理の為、理想的な温度管理が可能
- 温度管理によるタンク毎の品質を均一化する事により、酒質の均一化・安定化を実現

低温冷蔵設備

- タンク貯蔵時に発生する空室（空間）の空気が品質劣化の原因
- 冷蔵設備の導入により、「瓶詰め貯蔵」が可能となり、生酒の品質劣化を招く事無く貯蔵が可能になった

理想的な酒質イメージの無濾過生原酒
「豊祝プレミアムシリーズ」の開発

Task

～事業化における課題～

課題 大吟醸規格の仕込みへの抵抗感

酒質イメージを実現する為には小仕込みで管理を徹底した大吟醸と同等の仕込み規格である必要があった。しかし、現状高品質を維持できているロットの大きい純米酒・純米吟醸酒があるにもかかわらず、さらに別の小仕込みを行う必要性への疑問、その労力の膨大さ・繊細さから、完成度への不安など抵抗感が少なからずあった。



Solution

～解決への道筋～

施策 気付かせる環境構築

まずは環境を整えて実体験を済ませる事を優先した。その上で、現在の中規模仕込みと大吟醸規格の小仕込みの品質が明らかに異なる点に注目させる事により、「手間が掛ければそれだけ品質は良くなる」と、意欲的な方向へ意識改革することができた。今では社員杜氏の方から提案を受ける等、拘りをもった前向きな現場となっている。



Future

～今後の事業スケジュール～

- プレミアムシリーズ「儀助」のロット拡大し、更なる展開として、酒米使用の「儀助」／一般米使用の「ぎすけ」等、バリエーション展開を予定。
- 販路を特化した限定流通商品として、日本酒専門店の新規取引先獲得。
- 売上目標：初年度1,100万円 ⇒ 5年目12,100万円